

ソーシャル・ビジネスと ICT に関する研究

金子 勝 一

1. はじめに

近年、地球規模の環境問題、少子高齢化問題、貧困問題など、さまざまな社会的な問題が顕在化している。これまで、こうした社会的な問題に対して、主に世界レベルでは各国間の支援・協調による活動や国際的な団体等による活動が、また一国内レベルでは国や地方公共団体が、積極的に問題を解決しようと取り組んできた。しかしながら、複雑化・多様化する社会的な問題に対して、各国や国際的な団体等、また国や地方公共団体が主体となったこれまでのような解決方法では、解決することができる問題の領域が限られてしまっているようである。

また、営利目的の企業も、社会問題の解決に取り組もうとする姿勢が見られるが、営利を目的とする多くの企業は、やはり利益を確実にあげることのできる事業を優先し、社会的な問題解決に対しては必ずしも積極的な活動が行われているわけではない。こうしたなかで、近年、社会的な問題解決に対する有効な手段の一つとして、ソーシャル・ビジネスが期待されている。

一方、グローバル化と ICT (Information & Communication Information) 化の進展とともに、日本企業の海外での生産・販売、さらには研究開発のウェイトの増大、そして少子高齢化や長引く低成長経済、労働人口の減少、国内市場の縮小など、こうした環境の変化が企業のあらゆる側面に大きな影響を与えている。このような企業環境の変化に適応すべく、日本企業は創意工夫と継続的な改善活動等を通して、環境

の変化に迅速かつ柔軟に対応しようとしている。こうしたグローバル化と ICT 化が進展するなかで、SCM (Supply Chain Management) や e ビジネスが注目されている。こうした SCM や e ビジネスのみならず、日進月歩で発展している ICT は、今後も社会経済システムのなかで積極的に活用されていくであろう。このように ICT が社会経済システムに大きな影響を与えるなかで、国内のみならず、グローバルな視点から社会問題を解決しようとするソーシャル・ビジネスが、これを有効に活用することは、きわめて有益な手段の一つとなるものと考えられる。

本研究では、複雑化・多様化している社会的な問題への解決に大きな期待が寄せられているソーシャル・ビジネスを、グローバル化と ICT 化の側面から、4つのタイプに分類する「ソーシャル・ビジネスの活動フレームワーク」を提案する。この提案フレームワークにより、ソーシャル・ビジネスの各タイプが、どのような方向性・特殊性を有しているかということを検討する。

2. システムと組織

ソーシャル・ビジネスにおいても、いかにシステムとして機能を発揮していくかということは、それが成功するための重要な課題である。すなわち、ソーシャル・ビジネスも企業と同様に継続的な活動が、社会的な問題解決を継続的に行うことを可能とさせるからである。そこで、システムとは何かを整理しておこう。

2.1 システムとは何か

システムとは、比較的シンプルな用語であるが、説明は難しいように思われる。近年では、ICT の発達とともに、コンピュータ・システムを意味することが多い。しかしながら、システムという用語は、非常に多義的な意味を有している。例えば、企業、学校、社会、国家、地球などは、すべてシステムとして捉えることができる^[1]。

このシステムについては、多くの定義が示されている。たとえば、岩波国語辞典^[2]によれば、「多くの物事や一連の働きを秩序立てた全体的なまとまり、体系」「もっと狭くは『組織』や『制度』」とされる。また、Bertalanffy^[3]によれば、「相互に作用する要素の複合体」とされる。さらに、Buckley^[4]によれば、「直接的にあるいは間接的に因果の網の目で繋がっている諸要素の複合体であり、一定期間をとればおのおのの構成要素は少なくともいくらかなりとも安定した仕方で他の要素のいくつかと結びついている」とされる。

こうしたシステムにおける定義に基づき、筆者らは「複数の要素が有機的に結びついたそれらの複合体としての『全体』であり、効果を発揮するもの」として位置づけている^[1]。

2.2 組織

組織とは、要素間の関係、システムとして捉えることができる。こうした組織に対して、バーナード (C. I. Barnard)^[5] は、「人またはそれ以上の人々の諸活動、または諸力が意識的に調整されているときに協働システム (組織)」として位置づけている。ここで、協働システムとは、①一つの目的を達成するために、各部分やメンバーが補完・協力し合うこと、②2つの物や現象が互いに作用 (影響) し合うこととされる。

2.3 主な組織

日本における主な組織には、企業をはじめ、組合や共同体、さらにはボランティアなど、下記のような多くの組織が活動している。

1) 企業組織

企業組織には以下のようなものがある。

- ① 株式会社 (特例有限会社 2006 年)
- ② 合同会社、合名会社 (出資者全員が無
限責任)、合資会社
- ③ 個人企業や組合企業 など

2) 労働組合

3) 協同組合／同窓会 共益団体

4) その他の法人

- ① 公益法人 (一般・公益社団法人)
- ② 学校法人
- ③ 医療法人 など

5) ボランティア

6) コミュニティ (地域社会) など

3. NPO とコミュニティ・ビジネス

ソーシャル・ビジネスが注目される以前にも、ソーシャル・ビジネスと類似した概念は存在している。それは、NPO であり、コミュニティ・ビジネスなどである。

3.1 NPO

NPO (Non Profit Organization; 非営利組織) とは、保険・医療・福祉、社会教育、まちづくり、学術・文化・スポーツ、環境、災害、地域、人権・平和、国際協力、男女共同参画、子供、情報化社会、科学技術、経済活動活性化、職業能力開発・雇用機会充実、消費者保護などを支援する非営利組織である。

NPO として位置づけられる組織の範囲は広範である。日本では、特定非営利活動促進法に基づく NPO 法人、法人格のない任意のボラン

ティア団体や市民活動団体を加えたものを意味することが多い^[6]。

また、国際的な活動が多い NGO (Non-Governmental Organization；非政府組織) も含まれることもあるが、日本では国境を越えて活動する民間団体を意味することが多い^[6]。

3.2 コミュニティ・ビジネス

コミュニティ・ビジネスは、ソーシャル・ビジネスと同様の活動をしているが、主に地域社会の課題解決に密着した活動であり、この点がソーシャル・ビジネスとの相違点であろう。

コミュニティ (Community) とは、共有 (共同) の状態を意味する。社会学の領域では、コミュニティは、多くの定義がなされている。

テンニースによれば、「利害関係に基づいて人為的に作られた社会」、すなわち Gesellschaft として位置づけられる。ギャルピンによれば、「商圈を基礎とした人間関係の体系」、マッキーヴァーによれば、「共同生活が行なわれる一定の地域。特定の目的のために形成されるものは『アソシエーション』として区別する」とされる。

コミュニティ・ビジネスとソーシャル・ビジネスとの相違点は、前者が地域経済との関係が深いという点であるが、コミュニティ・ビジネスもソーシャル・ビジネスと同様に、非営利事業のみならず、営利事業として地域に密着したベンチャー企業、地元の中小・零細企業 (マイクロ・ビジネス)、さらには農業事業なども含まれ、両者の共通点も少なくない。

4. ビジネスと企業の社会貢献活動

ソーシャル・ビジネスには、「ビジネス」という用語が用いられている。そこで、「ビジネス」について簡単に確認することにする。さらに、ビジネスの代表である企業の社会貢献活動について検討していく。

4.1 ビジネスとは

ビジネス (business) とは、原義は「忙しい (busy)」と「状態 (ness)」による。職業、商売、仕事だけでなく、事業、実業；実務、業務、営業など多くの意味がある。さらに、商売、売買、商業や商況、景気、商取引などの意味がある。また、組織的な意味として、企業、会社、工場、店舗、さらには、のれんを意味する。また、「company」と違って個人商店、中小企業を指すこともある。このように、ビジネスという用語は、多義的に使われている。

4.2 「企業」の社会システムとしての役割

長い間、日本の財政は厳しい状態が続つづいている^[7]。そのため、多額の公債を発行して財政をまかなっている状態である (2018 年度末に約 883 兆円・税収の約 15 倍)。こうした問題は、日本だけでなく、厳しい財政状態の国々は少なくない。さらに、地方では財政破綻となっている地方公共団体もある。こうしたなかで、近年、多くの大企業は、多額の内部留保を有している。国や地方公共団体が対応できないような問題や課題を、企業が支援することも考えられる。これまでは、企業の第一の目的が利益の最大化であったが、企業の利害関係者との良好な関係の維持、社会への貢献も重要な企業の課題となっており、社会経済システムの一員としての責任が問われている。それは、社会システムに大きな影響を与えている環境汚染や廃棄物の問題などの顕在化した問題をはじめとした数多くの問題に、多くの企業が直接的に大きく関わっているからである。こうした社会的な問題を解決することは、企業の責任となっている。

さらに、企業活動のグローバル化が進むなかで、企業は、多様性 (diversity) やマイノリティへの支援や対応、人的資源の公正な活動の維持、労働安全の確保、サプライチェーンの労働環境の改善など、これまでのアプローチでは解

決が容易ではない多くの問題も生じている。こうしたグローバル化の進展とともに、企業の利害関係者は、会社機関の構成、役員報酬、内部統制システムなどに対する関心を高めている。このような利害関係者の視点の変化は、たとえば ESG (Environment : 環境、Social : 社会、Government : 統治) 投資のような新たな企業評価の視点を生み出している。この ESG 投資は、2015 年 9 月に国連で採択された持続可能な開発目標 (SDGs) に端を発している。

4.3 企業の社会貢献活動

18 世紀以降、欧米では、労働者保護・環境保護・顧客や取引先などの利害関係者との良好な関係維持、慈善活動をはじめとする倫理的な活動が活発化してきた。また、日本でも、従来より、貧困者への支援や女子教育の改善など、企業が主体となった社会貢献の活動が展開されてきた。

こうしたなかで、1980 年後半から、フィランソピー (philanthropy ; 慈善、博愛、人類愛) ^[8] として、個人や企業の社会貢献活動が盛んになってきた。さらに、1999 年にメセナ (mécénat) ^[9] として、企業を中心とした社会貢献の一環で行う芸術文化の支援活動が盛んに行われるようになった。こうした時代の流れのなかにもかわらず、残念なことに企業の反社会的な行為が散見された。そのため、利害関係者は、企業のコンプライアンスやコーポレートガバナンスなど、CSR (Corporate Social Responsibility ; 企業の社会的責任) に対する関心を高めることになった。CSR が注目されるなかで、多くの企業が芸能文化活動以外にも、医療、福祉、環境などに対する企業の社会貢献活動が活発に行われるようになった。この CSR は、対象を企業のみならず、一般組織に拡張されている。また、企業が社会や企業の利害関係者からの要請を受けて、問われている課題に対して、

能動的・革新的に取り組むという点では、国・地方公共団体も共通である点に注意を要する。

5. ソーシャル・ビジネス

近年、ソーシャル・ビジネスがクローズアップされるようになったが、このソーシャルという用語は、多様な研究および実務の領域において用いられている。しかしながら、「ソーシャル」は、社会福祉の領域で議論されることが多かったようである。代表的な用語に次の「ソーシャルワーカー」があげられる。

5.1 ソーシャルワーカー

ソーシャル (social ; 社会的) を用いた代表的な用語に、ソーシャルワーカー (ソーシャルワーク) がある。これは、社会福祉、教育、保健・医療などの分野で福祉活動に従事する人を意味し、特に、職業として社会福祉活動に従事する専門家をいう。

5.2 ソーシャル・ビジネス誕生の背景

地球規模での環境問題、少子高齢化問題、貧困問題など、さまざまな社会的な問題が顕在化している。こうした社会的な問題に対して、国や地方公共団体が主体となって問題解決に取り組んでいるが、複雑化・多様化する社会的な問題に対して、国や地方公共団体が主体となって解決することのできる領域は限られ、残念ながら顕在化した多くの社会的な問題に対して、国や地方公共団体だけでは手が回らずに解決することができない社会的な課題は山積している。

一方、営利目的の企業も、社会的な問題解決に取り組もうとする姿勢が見られる。しかしながら、営利を目的とする多くの企業は、利益を確実にあげることのできる事業を優先し、利益の最大化をめざしている。そのため、社会的な問題解決に対しては、必ずしも積極的な活動が

行われているわけではない。

こうしたなかで、ソーシャル・ビジネスが注目されているが、これはソーシャル・ビジネスが社会的な問題解決に有効であることと認識されるようになってきたからであろう。

5.3 ソーシャル・ビジネスの定義

ソーシャル・ビジネスの定義は、数多く存在する。例えば、米倉^[10]は、「社会的課題の解決を国の政策や税金を使わずに、民間がビジネス手法を使って解決すること」、さらには「これまでビジネスにはならないと思われていたような国際援助やきわめて収益性の低い事業でさえ、ビジネス手法を使って実現するビジネスを含む」としている。

類似の活動としてボランティア活動や慈善活動が展開されている。これらは無償の奉仕が前提とされているが、ソーシャル・ビジネスの活動は採算性を重視する点において、両者に大きな差異が生じている。そして、ソーシャル・ビジネスは適正な利益の確保とそれに基づく継続的な組織活動を前提としている。なぜなら、運転資金がなければ組織の存続も難しく、組織の存続ができなければ継続的に社会的な問題を解決することが困難になるからである。

また、コミュニティ・ビジネスとソーシャル・ビジネスとの相違点は、前者の活動範囲が主に特定の地域に限定されているのに対し、後者は特定の地域に限定されず、さらに国境を越えてグローバルに活動が展開されることもあるというところにある。また、営利を追求する企業とソーシャル・ビジネスとの相違点は、前者が適正な利益獲得を目的（利益の最大化を主目的）としているのに対して、後者は社会的な諸問題の解決に貢献することを最優先とするところにある。

6. ソーシャル・ビジネスの主な事例

ソーシャル・ビジネスとしては、次のような事例が広く知られている。

6.1 グラミン銀行（貧困者専門の銀行：ベンガル語で「村の銀行」）^[9]

グラミン銀行は、ムハマド・ユヌスにより設立された。これは、BOP（Base of the Economic Pyramid）層にあったバングラデシュジョブラ村の貧しい人々の苦勞を見て、こうした問題を解決しようとした。

村の女性は、竹を買い、手作りの椅子を売って生計を立てていたが、金貸し業から借入金（5タカ：約7セント）をし、週10%の高金利かつ金貸し業が商品を言い値で買い取る条件であった。そのため、女性や家族は貧困から抜け出せない状況にあった。この時、42名の借入金はただか総額856タカ（約27ドル）であった。この当時、残念なことに貧困層の人々は、銀行の融資を受ける資格もなく、信用に値しないため、銀行から借りることができなかった。

そこで、ユヌス本人が肩代わりして保証人になり、借入を行った。こうした貸付金に対する返済は滞ることはなかったようである。このような事業は、本来は銀行の事業であろう。しかしながら、この当時の既存の銀行では、貧困層に対する貸付対象の拡大は困難であった。それどころか、銀行は高所得であったとしても女性には貸付を行っていなかった。そこで、グラミン銀行を設立し、その後、財務大臣の支援を受けることとなり、貧困者専門の銀行として大きく事業を展開していった。グラミン銀行の借り手は、97%が女性であった。

こうした融資は、マイクロファイナンスやマイクロクレジットといわれ、他者への依存ではなく、起業家精神の醸成や自立を促す役割も果たしている点に大きな特徴がある。そして、こ

れらは、①貧しい人々が所有する営利企業（貧しい人々に利益が分配されれば貧困が緩和される）、②社会問題の解決に専念する「損失なし、配当なし」の企業（利益はすべて再投資）を基本としている。

6.2 ビックイシュー日本

ビッグイシューは、1991年にロンドンで生まれ、日本では2003年9月に創刊された。この活動は、ホームレスの人の単なる救済（チャリティ）ではなく、仕事を提供し自立を応援する事業である。ビッグイシュー日本^[10]によれば、「今、人々のつながり方が変わり、制度が無効化し、市民もこれまでの作法や生き方を変えていく必要に迫られている。そんななか、日本や英国ほか欧米各国で、新しいアイデアで社会問題を解決する事業がつくられている。これを雇用の機会とし、市民がボランティアや出資・寄付などで参加する「シビックエコノミー」が生まれている（THE BIG ISSUE JAPAN、287号）」とある。

6.3 スワンベーカーリー

スワンベーカーリー^[11]は、福祉施設で働く障害者の低賃金からの脱却を図ることを目的に設立された。働いている人の大半は全国に6,000箇所以上ある共同作業所や小規模授産施設で仕事に従事している。彼ら彼女らの給料は、1カ月に1万円以下という低さであり、自立を可能にするにはほど遠い状況であった。スワンベーカーリーは、こうした状況を少なからず解決すべく、地道な活動を展開している。

6.4 マザーハウス

マザーハウスは途上国から世界に通用するブランドをつくることを目的に活動している。マザーハウスによれば、「その国にあった素材、生産方法を最大限尊重したモノ作りを行って

り、生産と販売、お客様と生産者、途上国と先進国という、二項対立を越えたコミュニティをビジネスでは届かない人々への支援活動を行っています。」^[12]とされている。

上記の事例のように、ソーシャル・ビジネスは、多様な問題を対象とし、国内だけでなくグローバルに活動を展開していることがわかる。

7. ソーシャル・ビジネスの方向性

複雑化・多様化する社会的な問題に対して、国や地方公共団体のみが主体となって、解決していこうとすることは財政上の問題や人的資源の問題だけを考えても困難な状況になっている。それでは企業が社会的な問題解決に取り組めば解決することができるかということ、企業の目的の優先順位はやはり利益の確保であり、また顕在的・潜在的な企業の課題が山積しており、社会的な問題解決に必ずしも取り組む余裕はないようであり、も積極的な活動が行われているとはいいいにくい。

一方、グローバル化とICT化がますます発達していくなかで、社会経済システムは大きく変化しつつある。ICT化、ネットワークの普及は、クラウド・コンピューティング、ビッグ・データ、オープン・データ、データマイニング、テキストマイニング、データサイエンス（データサイエンティスト）、さらにはAI（人工知能）、機械学習、深層学習（Deep Learning）、IoT（Internet of Things：モノのインターネット）など、新たな概念を寸断なく生み出している。こうした変化に対して、現在の国や地方公共団体を中心となって、迅速かつ柔軟に対応することは困難であろう（残念ながら、国や地方公共団体は、これまでも基本的に組織の特性上、迅速かつ柔軟な活動は期待できなかった）。

こうしたICT化は、これまでのeビジネス

を大きく変化させつつあり、ビットコインをはじめとした仮想通貨やこれを支えるブロックチェーン技術のような新たな ICT が、社会経済システムに大きな変化をもたらしている。また、ICT 化の発達は、クラウドファンディング (Crowdfunding) の活用も活発化させている。クラウドファンディングとは、ある「志」を持った人や団体に対する資金を、ネットを通じて多数の支援者から収集し実現する手法であり、いかに資金を獲得するかは、その事業に対する支援者からの「共感」を得ることが必要となる。

そこで本研究では、ソーシャル・ビジネスの活動の展開をグローバル化度と ICT 活用度の 2 つの軸による、4 つのタイプに分類する表 1 のような「ソーシャル・ビジネスの活動フレームワーク」を提案することにする。

表 1 ソーシャル・ビジネスの活動フレームワーク

		積極的な ICT 活用化度	
		低	高
グローバル化度	低	タイプ 1 ドメスティック型	タイプ 2 ICT ドメスティック型
	高	タイプ 3 グローバル型	タイプ 4 ICT グローバル型

表 1 のタイプ 1 のドメスティック型は、国内でも限定された地域を活動拠点にするタイプのソーシャル・ビジネスでとして位置づけられる。このタイプは地域に密着したコミュニティ・ビジネスに近い活動が考えられる。

タイプ 2 の ICT ドメスティック型は、ICT を積極的に活用して、ソーシャル・ビジネスを展開する活動として位置づけることができる。ICT を活用したクラウドファンディングによる資金獲得も重要な一つの戦略となる。さらに、事業の展開の領域も国内を幅広く行われるタイ

プである。

タイプ 3 のグローバル型は、主に海外に活動拠点を置いて展開するタイプのソーシャル・ビジネスと位置づけることができる。海外における社会的な問題解決を実現しようと活動するタイプのソーシャル・ビジネスである。

タイプ 4 の ICT グローバル型は、国内・海外どちらにも拠点を置いて活動できるタイプのソーシャル・ビジネスとして位置づけることができる。

表 1 の提案フレームワークは、ソーシャル・ビジネスがグローバル化・ICT 化により、多様な活動の可能性を有しており、それぞれのタイプによる特殊性を示している。もちろん、それぞれのタイプは時間とともに変化する。以上のように、ソーシャル・ビジネスにおいてもグローバル化・ICT 化の影響は大きいことが理解される。

8. おわりに

本研究では、社会的な問題解決の役割を果たすものと期待されているソーシャル・ビジネスに注目し、その活動をグローバル化・ICT 化の活用の側面から分類する「ソーシャル・ビジネスの活動フレームワーク」を提案した。この提案フレームワークが、ソーシャル・ビジネスの活動の方向性・特殊性を容易に理解する役割を果たすことになることを期待している。

さらに、組織において ICT の役割や社会経済システムに与える影響は今後も大きくなり、その意味で、「経営情報」の役割は社会経済システム、とりわけ教育システムにおいても、今後さらなる重要性が増大していくことがわかるであろう。

〈参考文献〉

- [1] 山下洋史, 金子勝一: 情報化時代の経営シス

- テム, 東京情報経済出版, 2001
- [2] 西尾実, 岩淵悦太郎, 水谷静夫編: 岩波国語辞典—第5版, 岩波書店, 1994
- [3] Bertalanffy, L. von : General System Theory—Foundation, Development, Applications, George Braziller, 1968 (長野敬, 太田邦昌訳: 一般システム理論, みすず書房, 1973)
- [4] Buckley, W. : Sociology and Modern Systems Theory, Prentice-Hall, 1967 (新陸人, 中野秀一郎訳: 一般社会システム論, 誠信書房, 1980)
- [5] C. I. Barnard 著, 山本安次郎, 田杉競, 飯野春樹: 新訳 経営者の役割, ダイヤモンド社, 1968
- [6] 坂本恒夫, 丹野安子, 菅井徹郎: NPO, そしてソーシャルビジネス—進化する企業の社会貢献一, 文真堂, 2017
- [7] 財務省: 日本の財政を考える <https://www.mof.go.jp/zaisei/index.htm>
- [8] 公益社団法人日本フィランソロピー協会 <https://www.philanthropy.or.jp/>
- [9] 公益社団法人企業メセナ協議会, <https://www.mecenat.or.jp/ja/>
- [10] 米倉誠一郎: ソーシャルイノベーションカンパニー調査報告書—新しい価値を創造する企業とは, 公益財団法人日本財団, 2012
- [11] ムハマド・ユヌス著, 岡田昌治監訳, 千葉敏生訳: ソーシャル・ビジネス革命—世界の課題を解決する新たな経済システムグラミン銀行, 早川書房, 2010
- [12] ビッグイシュー日本: <http://www.bigissue.jp/>
- [13] スワンバークリー: <http://www.swanbakery.co.jp/>
- [14] マザーハウス: <https://www.mother-house.jp/aboutus/>
- [15] 山下洋史, 村田潔編著: スマート・シンクロナイゼーション, 同文館出版, 2006